



Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:

Impresión realizada el: 05-05-2021



Detalle del programa

IES: UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
Siglas: UTN
Código sniese: 1015
Tipo de financiamiento: PÚBLICA
Sitio web: <https://www.utn.edu.ec/>
Tipo de IES: UNIVERSIDADES Y ESCUELAS POLITÉCNICAS

Estado del programa: VIGENTE
Tipo de programa: MAESTRÍA ACADÉMICA (MA) CON TRAYECTORIA PROFESIONAL (TP)
Campo amplio: SERVICIOS
Campo específico: SERVICIOS PERSONALES
Campo detallado: HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
Programa: GASTRONOMÍA
Título que otorga: MAGÍSTER EN GASTRONOMÍA
Codificación: 1015-751013B02-P-1001
Lugar de ejecución: SEDE MATRIZ
Provincia: IMBABURA
Cantón: IBARRA
Ciudad: IBARRA
Duración: 2 PERIODOS
Periodo académico: ORDINARIO
Semanas de periodo académico: 23
Modalidad: PRESENCIAL
Valor de la matrícula: \$ 150,00
Valor del arancel: \$ 5.107,24
N° de resolución del CES: RPC-SO-37-NO.680-2019
Estado actual: APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación: 2019-10-30
Año de aprobación: 2019
Años de vigencia: 6 años.
Vigente hasta: 2025-10-30
N° de estudiantes por paralelo: 25 estudiantes.
N° de cohortes: 1
N° de horas: 2.160 Horas.



Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:

Impresión realizada el: 05-05-2021



Detalle del programa

Requisitos de ingreso:

TENER TÍTULO DE TERCER NIVEL REGISTRADOS EN LA SENESCYT
EN CASO DE TÍTULO DE TERCER NIVEL OBTENIDO EN EL EXTRANJERO DEBERÁ CONSTAR DEBIDAMENTE APOSTILLADO O LEGALIZADO POR VÍA CONSULAR DE CONFORMIDAD AL ART.22 DEL RRA.
REQUISITO DE SUFICIENCIA EN INGLÉS B1
CUMPLIR CON EL PROCESO DE INSCRIPCIÓN EN LÍNEA ADJUNTANDO LA DOCUMENTACIÓN DE RESPALDO DE HOJA DE VIDA Y REQUISITOS DETALLADOS.
APROBAR EL PROCESO DE ADMISIÓN DEFINIDO.

Objetivo general:

QUE LOS PARTICIPANTES LOGREN AL FINAL DE PROGRAMA TENER UNA IDEA GENERAL DE TODOS LOS ACTORES DE LA COMUNICACIÓN QUE AFECTAN AL MERCADEO, A TRAVÉS DE TRES EJES CENTRALES EN EL DESARROLLO DEL MARKETING Y LA COMUNICACIÓN COMERCIAL: (I) ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y MARKETING; (II) INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y ANÁLISIS DIGITAL; Y (III) COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y VENTAS.

Perfil de ingreso:

LOS ESTUDIANTES QUE INGRESEN A ESTE PROGRAMA DEBERÁN PREFERENTEMENTE SER COMUNICADORES, DISEÑADORES GRÁFICOS, PERIODISTAS, RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL; ADMINISTRADORES, MERCADÓLOGOS. SE ACEPTARÁN PROFESIONALES CON OTRAS TITULACIONES QUE CUENTEN CON EXPERIENCIA EN EL ÁREA DE LA PUBLICIDAD Y MERCADEO

Perfil de egreso:

¿QUÉ RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y COMPETENCIAS PROFESIONALES SON NECESARIAS PARA EL FUTURO DESEMPEÑO PROFESIONAL? EL EGRESADO DE NUESTRO PROGRAMA SERÁ MUCHO MÁS ESTRATÉGICO EN LA PLANIFICACIÓN Y APLICACIÓN DE LAS VARIABLES DE COMUNICACIÓN Y MERCADEO, ASÍ MISMO ESTARÁ PLENAMENTE CAPACITADO PARA RECOPIRAR Y ANALIZAR INFORMACIÓN QUE LE PERMITA TOMAR DECISIONES MÁS ACERTADAS. ¿QUÉ RESULTADOS DE APRENDIZAJE RELACIONADOS CON EL MANEJO DE MÉTODOS, METODOLOGÍAS, MODELOS, PROTOCOLOS, PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE CARÁCTER PROFESIONAL E INVESTIGATIVO SE GARANTIZARÁN EN LA IMPLEMENTACIÓN DE LA CARRERA/PROGRAMA? NUESTRO EGRESADO TENDRÁ UNA VISIÓN GENERAL DE LAS NUEVAS TENDENCIAS ESTRATÉGICAS DE MARKETING, ASÍ COMO DE LAS HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS QUE PERMITEN UN MAYOR APROVECHAMIENTO Y CONOCIMIENTO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. ¿CÓMO CONTRIBUYE EL FUTURO PROFESIONAL AL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE VIDA, EL MEDIO AMBIENTE, EL DESARROLLO PRODUCTIVO Y LA PRESERVACIÓN, DIFUSIÓN Y ENRIQUECIMIENTO DE LAS CULTURAS Y SABERES? NUESTRO EGRESADO MANEJARÁ HERRAMIENTAS QUE LE PERMITIRÁN SER MÁS EFICIENTE EN CUANTO A LOS RESULTADOS ESPERADOS DE LA GESTIÓN DE MARKETING, CON LO QUE SE FAVORECE EL ÉXITO COMERCIAL DE LAS EMPRESAS, LO QUE SE REFLEJA EN MAYOR CRECIMIENTO Y BIENESTAR, CON LO QUE SE ASEGURAN FUENTES DE EMPLEO DIGNO Y LA CONSIGUIENTE MEJORA EN LA CALIDAD DE VIDA Y DESARROLLO PRODUCTIVO. EL MEDIO AMBIENTE SE BENEFICIA DE LAS PRÁCTICAS AMIGABLES CON EL MEDIO AMBIENTE IMPULSADAS DESDE EL USO DE LA TECNOLOGÍA Y LA DISMINUCIÓN EN LA GENERACIÓN DE BASURA PROMOCIONAL. CUANDO LOS CONTENIDOS LO PERMITAN SE ORIENTARÁN EJEMPLOS Y EJERCICIOS HACIA EL ENRIQUECIMIENTO DE CULTURAS Y SABERES, LAS QUE SE RESPETARÁN AL TRATAR TEMAS COMO LOS DE MARCA PAÍS, MARCA CIUDAD, ETC. ¿CUÁLES SON LOS VALORES Y LOS PRINCIPIOS, EN EL MARCO DE UN ENFOQUE DE DERECHOS, IGUALDAD E INTERCULTURALIDAD, PENSAMIENTO UNIVERSAL, CRÍTICO Y CREATIVO, QUE SE PROMOVERÁN EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL QUE OFRECE LA CARRERA/PROGRAMA? DADA LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN LA FORMACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA, Y DEL EFECTO QUE ÉSTA PUEDE TENER A TRAVÉS DE LAS COMUNICACIONES INTEGRADAS DE MARKETING, ESTE PROGRAMA TENDRÁ UN ENFOQUE BASADO EN VALORES Y PRINCIPIOS ÉTICOS QUE SE ENFOCARÁN EN LOS DERECHOS, IGUALDAD, INTERCULTURALIDAD, QUE ESTARÁN PRESENTES EN LAS DISTINTAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN UTILIZADAS POR NUESTROS ESTUDIANTES EN SU EJERCICIO PROFESIONAL. SE PROMOVERÁ EL PENSAMIENTO UNIVERSAL, CRÍTICO Y CREATIVO, EN EL DESARROLLO DE LAS DISTINTAS ESTRATEGIAS Y HERRAMIENTAS PRESENTADAS.

Objeto de estudio:

EL OBJETO DE ESTUDIO DE ESTE PROYECTO SON LA COMUNICACIÓN Y EL MARKETING CON SUS ESTRATEGIAS, HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN DE CAMPO Y DIGITALES, COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y VENTAS.

Modalidad titulación:

*PROYECTO DE TITULACIÓN CON COMPONENTES DE INVESTIGACIÓN APLICADA Y/O DE DESARROLLO.
*ARTÍCULOS PROFESIONALES DE ALTO NIVEL